

La comercialización hortícola de pequeños productores de origen boliviano en Dpto. de Lules y Trancas (Prov. de Tucumán) – Un estudio de caso de las estrategias de comercialización desplegadas por pequeños horticultores familiares.

León Lizárraga Ferreira

El presente artículo es el avance de una tesis de maestría realizada en el marco del cursado de la maestría en Desarrollo Rural en zonas Áridas y Semiáridas (MADEZAS - UNT). Ésta tiene como propósito analizar desde la óptica de la antropología social y a través de un estudio de caso la problemática de la comercialización de los horticultores familiares de origen boliviano de los departamentos de Lules y Trancas (prov. de Tucumán). En Tucumán hay pocas alternativas de comercialización hortícola y en lo que respecta a la agregación poscosecha de valor ésta está menos desarrollado comparado con la situación de otras zonas hortícolas del país. En relación a ello uno de los objetivos de este trabajo es analizar la relación de los pequeños productores hortícolas con el esquema dominante de comercialización y elucidar las estrategias que los productores llevan a cabo a los fines de mejorar sus condiciones de comercialización y ventas.

Introducción

La horticultura comercial en Argentina ha sido tradicionalmente una actividad realizada por pequeños productores con un nivel bajo o medio de capitalización. Durante la mayor parte del siglo XX esta actividad agrícola había sido emprendida por productores de origen italiano y español. No obstante, desde hace unas pocas décadas la horticultura, especialmente donde se realiza a campo abierto, ha sido hegemonizada por productores de origen boliviano y éstos se han convertido en actores relevantes en el suministro de hortalizas para los grandes centros de consumo del país. A la vez, a raíz del proceso de la modernización del agro en la década del '90 del pasado siglo han surgido también en ese

mismo ámbito actores de tipo empresarial, a menudo de origen urbano, que se han desempeñado como agentes de introducción de un combinado de innovaciones tecnológicas en la esfera de la producción, tal como lo demuestra la difusión de la producción bajo invernáculos y los agroquímicos. Tal como se llevó a cabo el proceso, en la horticultura la modernización en Tucumán se dio principalmente en la esfera de la producción (con la introducción de invernaderos y la difusión del uso de agroquímicos) mientras que en aquellas operaciones tendientes a mejorar las condiciones de venta del producto, que incluye agregación poscosecha de valor y comercialización, no se han introducido mejoras como las que sí se reportan en otras zonas hortícolas del país. A partir de ello se puede caracterizar que la horticultura en Tucumán quedó estancada en un esquema de producción primaria horizontal¹. La provincia de Tucumán aporta cerca de un 9 % a la producción nacional de hortalizas, lo que es apreciable teniendo en cuenta su tamaño territorial y poblacional. Prácticamente hay producción hortícola en todos los departamentos y se puede cultivar casi todo tipo de hortalizas, sea de hojas, frutos o tubérculos. De acuerdo con datos del año 2009, en Tucumán habría alrededor de 11.200 ha dedicadas a la producción a campo y 294.000 m² de cultivos bajo cubierta. Se estima que su producción es aproximadamente de 300.000 toneladas anuales, la gran mayoría para consumo en fresco (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca; 2009). Las características geográficas de la provincia permiten una gran variabilidad de condiciones agroecológicas y en algunas zonas específicas da lugar a la producción en contraestación o para primicia, por lo que ya ofrece una ventaja competitiva.

Específicamente esta investigación toma como caso de estudio la comercialización de los pequeños productores hortícola de la provincia de Tucumán. Procura elucidar cómo los pequeños productores se relacionan con la principal vía de comercialización vigente en Tucumán (caracterizado por la comercialización del producto primario y condicionado por el monopolio del MERCOFRUT en la intermediación de la comercialización) través de sus estrategias en un contexto de relativo atraso y prácticas capitalistas mediocres comunes a sectores del ámbito agrario tucumano. De esa manera se busca encontrar respuesta a interrogantes tales como: ¿Cómo afecta a la reproducción de la unidad productiva-familiar

¹ La Gaceta, El sector hortícola de Tucumán debe reconvertirse, 19/01/2003.

las vías disponibles para la comercialización hortícola? ¿De qué forma buscan estos actores agrarios superar estas condiciones?

La pequeña producción hortícola en Tucumán

Los inicios de la horticultura llevada a cabo por productores de origen boliviano en Tucumán data de la década del 1980, cuando aumenta la demanda de peones cosecheros de ese origen para ser empleados en fincas localizadas en su mayoría en el departamento de Lules (Ortiz; 2000-2001), pertenecientes a pequeños horticultores de descendencia italiana (era para ellos la mano de obra necesaria pues la de origen local no estaba bien predispuesta para esas labores). Con el tiempo, estos productores se retiran de la actividad por ancianidad pero ni sus descendientes ni los productores locales sienten interés en continuar la producción hortícola. Es allí cuando se incorporan como productores los migrantes bolivianos quienes, aprovechando la experiencia y lo aprendido como peones y la familiaridad con aquellos que fueron sus empleadores, acceden a la tierra como aparceros y arrenderos para dedicarse a la horticultura (Rivero Sierra; 2008). A partir de esos años en Lules comenzaba a darse una experiencia local de aquel proceso que el sociólogo R. Benencia conceptualizó como “escalera boliviana”². Con el paso de los años se acrecienta la cantidad de familias que se radican para dedicarse a la horticultura y/o a actividades complementarias (como ventas y transporte de mercancías agrícolas e incluso, más recientemente, venta de indumentaria) mediante un proceso de migración por etapas y basados en redes de vínculos familiares y vecinales que hay en sus lugares de origen. El incremento y desarrollo de este tipo de productores conllevó a la formación de una “masa crítica” (esto es, una densidad de inmigrantes en un área dada y también una densidad del entramado relacional entre esos inmigrantes) con un carácter étnico primero en Lules y

² Con estos términos Benencia se refiere a un proceso de movilidad social ascendente y progreso gradual de capitalización en el cual los migrantes llegados a esas zonas avanzan o intentan avanzar en los eslabones de la producción y comercialización hortícola (tanto mayorista como minorista), comenzando como peones hasta llegar a constituirse, en el mejor de los casos, como propietarios de sus fincas tras ser, por lo general, medieros y arrenderos (Benencia; 2009). Este proceso de movilidad social es resultado de una serie de actividades y decisiones que se podrían interpretar como estrategias tendientes a sostener o ampliar ciclos de acumulación capitalista que son llevadas a cabo mayormente por un grupo familiar que reside y trabaja en el mismo ámbito de la explotación agrícola

Monteros y, más adelante, en Trancas (actualmente con fuerte presencia en las localidades de Vipos, Benjamín Paz y San Pedro de Colalao). El poner interés en Trancas como área de expansión de la producción hortícola tiene que ver con dos situaciones que se generaron. Por un lado, a medida que se incrementaba la cantidad de trabajadores y productores hortícolas en Lules y por ende se ocupaban las tierras disponibles, se hizo necesaria la búsqueda de nuevas tierras aptas de ser trabajadas para esa actividad. Por otro lado, los departamentos pedemontanos (como Lules) determinaban, por sus condiciones agroecológicas, una estación no productiva, coincidente en el verano, donde quedaba mano de obra subutilizada. Mientras que en Trancas, por su clima más fresco y seco, era factible producir en los meses de verano, especialmente uno de sus cultivos más importantes, que es el tomate. Así, varias familias comenzaron a trasladarse estacionalmente hacia allí en el verano para trabajar cultivos de contraestación, mientras que otras se instalaron definitivamente. Con el tiempo Trancas pasó a ser el segundo departamento con la mayor concentración de productores de origen boliviano constituyéndose en la zona otros enclaves económicos étnicos, aparte del que hay en Lules. Si bien no hay registro más o menos exacto sobre el peso de estos productores en la producción de hortalizas, se estima que el 50 % de los puesteros en el MERCOFRUT son de origen boliviano, lo cual permite entrever su importancia (Rivero Sierra; 2008).

Marco teórico-metodológico

Se contempla adecuado adoptar determinada metodología operativa para las acciones de conocimiento explicitados en los objetivos específicos. El referente empírico de este estudio consiste principalmente en ese actor social agrario que son los pequeños productores (PPs) familiares hortícolas de Lules, los cuales suelen ser de origen boliviano. De manera tangencial, se procurará recabar información sobre el funcionamiento del mercado mayorista hortícola de Tucumán (MERCOFRUT). Para los fines propuestos se resuelve obtener información de primera mano a través de una encuesta semi-estructurada cuyas preguntas serán dirigidas a un número todavía no especificado de productores. La encuesta en cuestión se compone de dos partes. La primera reunirá preguntas más bien cerradas que darán cuenta de aspectos estructurales de la finca (tamaño predial, cultivos,

volúmenes de producción, otros) y del status de productor (grado de capitalización, gestión, trabajo, tenencia de la tierra, otros). La segunda parte abarca preguntas abiertas, más de índole narrativas, que busca responder más profunda y detalladamente a interrogantes relacionados a condiciones y procesos de comercialización y ventas. También se procurará recabar otra información que se requiera consultando a especialistas sobre el tema (de horticultura) o referentes institucionales (del MERCOSUR, de la colectividad boliviana de Lules u otros). También se contemplará el uso de información secundaria (estadísticas, censos, otras investigaciones, artículos periodísticos, etc.).

Se entiende que la variable determinante en la definición de PP familiar es la no compra de fuerza de trabajo. La misma es proveída por los integrantes de la familia. Por lo tanto, para este estudio, se entiende por PP al grupo familiar (en este caso con cierta impronta étnica) que gestiona una explotación que produce bienes primarios agrícolas con orientación mercantil. Por lo general, hay otros dos indicadores asociados a la definición de pequeño productor que son el bajo nivel de capitalización y el menor tamaño predial comparado con las explotaciones de la misma actividad de otros agentes agrarios. A los fines de comprender mejor la dinámica de vida económica de tales familias se considera pertinente emplear la teoría del ciclo del capital formulado por Karl Marx. Éste sostiene que se trata de un ciclo de tres etapas referidas a un movimiento de 1) dinero que compra mercancías de producción (compra); 2) Proceso de producción propiamente dicho y 3) el producto con añadido teórico de plusvalor que se cambia nuevamente por dinero (venta). Esta última etapa comprendería las operaciones de ventas del PP y es allí donde más se enfocará el problema y su importancia radica en que es a través de la venta el proceso en el cual la ganancia se realiza. Por otro lado, parte del interés por adoptar ese marco teórico radica en no dissociar los problemas relativos a la comercialización con aquellos relacionados a la inversión y la producción.

Desarrollo

Los PP hortícolas en las áreas bajo estudio poseen una superficie promedio dedicados a cultivos de entre 1 a 3 hectáreas y la modalidad predominante de tenencia de la tierra es el arrendamiento y en menor medida la aparcería y la propiedad privada (esto último más

común en Lules). Los cultivos principales son el tomate y la frutilla; le siguen en importancia las verduras de hoja, zapallo anco, berenjena, pimiento, entre otros. Por lo general, la dotación de fuerza de trabajo para las labores de finca es de origen familiar, aunque eventualmente se contrata de manera informal y transitoria a trabajadores externos para procesos críticos como la cosecha. La horticultura que se practica es a campo abierto y quienes gestionan la finca familiar son jefes de hogar que realizan inversiones productivas en semillas, agroquímicos y servicios de producción de plantines (que realizan los viveros especializados para ese fin); aparte está el pago de arrendamiento, por lo general bajo contrato uno, dos o tres años. Durante el año, sobre una misma parcela se realizan cultivos sucesivos en parcelas fraccionadas en la finca, obteniendo de esa manera cosechas de variadas hortalizas en diferentes meses del año. Los horticultores de las áreas estudiadas siguen un patrón de proceso productivo, un know-how común a esa comunidad de productores, que implican aspectos que están vinculados a una mejor competitividad o inserción a los circuitos comerciales, como es el caso de la compra de semillas híbridas (que por lo general son importadas) de alto rendimiento y que desarrollan frutos de buen aspecto. Los tiempos que hay entre la cosecha y la entrada a las bocas de venta son inmediatos. Según se pudo observar, la cosecha se realiza de forma manual y los frutos son limpiados rápidamente y colocados o encintados en cajas o bandejas, de acuerdo con el cultivo. Por lo general, entre la tarde y la noche de ese mismo día son subidos a los medios de transporte y a la madrugada y cerca del amanecer son enviados al MERCOFRUT para su posterior venta.

La estructura agraria en las áreas hortícolas de Tucumán deja entrever que los productores hortícolas se pueden agrupar en categorías de acuerdo con su relación jurídica con la tierra, la superficie trabajada, el tipo y disponibilidad de trabajo y bienes de capital y medios de comercialización. Esto a su vez expresa las distintas posiciones en las que los PP hortícolas se hallan en la “escalera boliviana” y que entre las variables que toma en consideración se encuentran las condiciones de comercialización. En lo que respecta a las condiciones exteriores de comercialización de los PP, se puede consignar los diferentes canales o alternativas de comercialización (como los mercados concentradores generalmente presentes en los grandes centros de consumo, una demanda existente cercana para la venta directa en finca, la demanda regular de ciertas agroindustrias - que en el caso de Tucumán

es casi inexistente, salvo para la frutilla), la distancia a los grandes centros de consumo y la presencia de cierta infraestructura tales como caminos y rutas próximas a las fincas hortícolas. Respecto a las condiciones propias de comercialización de los PP, principalmente se destaca la posesión de camiones y camionetas para el transporte de mercadería a los centros de venta, que en Tucumán es básicamente el MERCOFRUT. Por otro lado, la disponibilidad de trabajo y capital de una explotación hortícola permite, por ejemplo, instalar verdulerías en los pueblos del interior provincial cercanos a las fincas, o en los accesos de los mismos o en la vera de rutas y calles. En esos casos, a algunos integrantes de la unidad doméstica-productiva se les asignan la tarea de vendedores.

Todos los productores que han sido entrevistados declararon que el principal, sino el único, destino de la producción es el mercado concentrador MERCOFRUT³ (Mercado Frutihortícola de Tucumán). Esta institución es un ente privado que funciona con productores asociados, quienes a través del pago de un canon acceden a un puesto o boca de venta (denominado “pilar”) para la venta mayorista de su producción a clientes que son las verdulerías particulares diseminadas en el aglomerado de S. M. de Tucumán, Yerba Buena y Taffí Viejo, en otras localidades de la provincia e incluso en provincias vecinas como Catamarca. Aparte del pago del canon para el acceso al pilar, los asociados, en caso de ser ellos quienes efectúan el ingreso de mercadería a las instalaciones mediante transporte propio, deben pagar sumas adicionales para la entrada y la descarga de la mercadería. Los vínculos concretos que los productores establecen con el MERCOFRUT se pueden agrupar en tres modalidades: 1) productores que son socios y que poseen medios propios de movilidad (camiones y camionetas) de la mercancía; esta situación es más habitual entre los productores consolidados y capitalizados; 2) productores que son socios pero que contratan servicio de flete (generalmente llevado a cabo por un “paisano” o integrante de la comunidad) para el transporte e ingreso de la mercadería, en tales casos se acuerda si el pago demandado por el MERCOFRUT para el ingreso del flete lo efectúa el productor o se deduce del pago del servicio de flete; 3) productores que no son socios y recurren a la venta por consignación. En tales casos se acuerda con el consignatario, por lo

³ En los mercados concentradores ocurre, como dice Benencia, un movimiento de convergencia en el que la producción atomizada es centralizada en el mercado mayorista, para luego ser diseminada hacia los puntos de ventas, mayormente verdulerías.

general también un paisano, el porcentaje en dinero que éste recibirá sobre el volumen de ventas. Por lo que se averiguó en el trabajo de campo, con frecuencia dichos acuerdos se realizan bajo palabra.

El MERCOFRUT es la vía predominante de comercialización. Se había aludido que puede haber según el caso otros medios como la venta directa a través de verdulerías propias en la finca en sus cercanías, pero su importancia es mucho menor a los fines de realizar ventas de grandes volúmenes de productos y, por ende, realizar de forma funcional el ciclo del capital. Sin embargo, para ciertos cultivos puede haber grandes clientes que de manera infrecuente e irregular pueden comprar en grandes cantidades a los PP. En el caso de la frutilla, esta fruta fina es dable a ser comercializada en otras provincias e incluso en el exterior. Aquí entran en escena las empresas empacadoras, cuyo proceso en realidad suponen una forma de agregación poscosecha de valor (selección, limpiado, empacado, enfriado o congelado). En el departamento de Lules se encuentra una planta empacadora, de nombre Vallejo, que eventualmente compra frutillas a los PP locales⁴. Por otro lado, algunos de los productores entrevistados comentaron que hace más de 10 años atrás solía frecuentar en la zona de Lules un comprador al que llamaban “salsero” que era un intermediario que compraba tomates para empresas transformadoras, aunque no se precisó si eran de Tucumán o de otras provincias. Sin embargo, en el norte de la provincia, en la zona hortícola de Trancas, a menudo aparecen empresas que demandan producciones de tomates, aunque lo hacen cuando en el momento en que la oferta está saturada y por lo tanto el precio está bajo. En esos casos la transacción se efectúa en los accesos de las fincas con la llegada de vehículos de esas empresas.

Consideraciones finales

⁴ Aunque todavía es necesario recabar más información al respecto, parecería que las empacadoras de la zona pedemontana suelen priorizar la compra de frutillas de provenientes de empresas que producen bajo el formato de invernadero (que son de productores más capitalizados), en otros casos son ellas mismas las que producen las frutillas. Un agricultor que fue entrevistado en el inicio de la campaña de la frutilla en julio declaró que había rumores de que Vallejo iba a comprar frutilla a los PP. Es probable que la empresa especule hacerlo cuando los precios de dicho cultivo estén bajos. El punto es que hay por parte de lo PP de frutillas incertidumbre sobre si esas empresas comprarán su producción y en qué cantidades.

Una de las particularidades que caracteriza la forma en que los PP hortícolas de origen boliviano llevan a cabo el ciclo de acumulación de capital en su actividad es la no compra de la fuerza de trabajo, que es predominantemente familiar. Algunas de sus estrategias de acumulación, como la adquisición de medios de producción y comercialización, están vinculadas a la retracción del consumo de la familia. De las entrevistas se extrae que las dos principales preocupaciones se sitúan en que el clima garantice buenos rendimientos en las cosechas, que los precios no estén por debajo del umbral de rentabilidad y el deseo de más alternativas para las ventas junto con un mayor dominio de los canales existentes. De forma que se podría considerar el problema de la comercialización hortícola entre estos productores en base a dos órdenes de problemas: A) Uno referido a la fluctuación de los precios y B) otro referido a la capacidad de control de los canales de comercialización. Referido al primer punto, uno de los problemas que enfrentan estos productores es la inestabilidad de los precios de las hortalizas. Pero en relación a lo primero, los precios de los cultivos, que son “formados” en el MERCOSUR, suelen ser altos en los inicios de las cosechas hasta bajar en la medida de que la oferta se sature. Una manera en que los productores tratan de salvar la situación es intentar de programar las cosechas de para aprovechar los momentos de precios altos. Por otro lado, entre los productores es sentida la necesidad de lograr un mayor dominio o control en los canales disponibles de comercialización. La forma común y mas accesible de lograrlo en Tucumán es asociando al MERCOSUR y contar con sus propios medios de transporte y comercialización. De manera que se evite la dependencia de los servicios externos de flete y venta vía consignación con los costos de transacción que ello implica. No se ha dado aún en Tucumán los procesos que si han ocurrido en los partidos del AMBA (Ámbito Metropolitano de Buenos Aires) de formación de mercados concentradores gestionados por asociados de la colectividad boliviana.

Bibliografía Consultada:

Benencia, Roberto (2009): “Inserción de bolivianos en el mercado de trabajo de la Argentina”. Ponencia en Congreso 2009 de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (LASA).

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2009), *Diagnóstico e implementación de buenas prácticas agrícolas en productores de hortalizas del MERCOSUR de la provincia de Tucumán*.

Obschatko, Edith Scheinkerman (2007), Los pequeños productores en la República Argentina: importancia en la producción agropecuaria y en el empleo en base al censo nacional agropecuario 2002.

Ortiz de D'Arerio, Julia Patricia (2000-2001): Inserción ocupacional de los migrantes bolivianos en Tucumán. Los efectos de la globalización, *Revista Población y Sociedad* N° 8/9.

Rivas, Ana Isabel (s/f): “La producción hortícola en Tucumán: características y transformaciones en torno al mercado global”, trabajo inédito.

Rivero Sierra, Fulvio y Álamo, Facundo (2017): Horticultores Bolivianos en Casas Viejas (Trancas – Tucumán): un caso de movilidad social ascendente “escalera boliviana” que articula la movilidad social horizontal “diseminación” como estrategia, *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*.

Rivero Sierra, Fulvio A. (2008): *Los bolivianos en Tucumán: migración, cultura e identidad*, Tucumán: el autor.